

NCC NEWS

NATIONAL COMMUNICATIONS COMMISSION • 第8卷 第1期 •

5

月號



<http://www.ncc.gov.tw>

頭條故事 · 社會關懷節目「日出的所在」製播心得分享

專欄話題 · 公營廣播電臺播送「廣告」類型之觀察

- 102年廣播收聽行為研究成果出爐
- 修訂廣播電視法施行細則第30條建置無線廣播電視節目表資料庫及查詢網頁

會務側寫 · 102年「廣播節目及廣告內容相關規範研討會」紀要

- 我國通訊傳播事業人力概況分析

目錄

CONTENTS



中華民國 103 年 5 月出刊
第 8 卷 第 1 期

出版機關 國家通訊傳播委員會
發行人 石世豪
編輯委員 虞孝成、彭心儀、劉崇堅
魏學文、江幽芬
編輯顧問 陳國龍、鄭泉評
總編輯 王德威
副總編輯 紀效正
執行編輯 王伯珣、劉秀惠、林淑娟
電話 886-2-3343-7377
地址 10052 臺北市仁愛路一段 50 號
網址 www.ncc.gov.tw
美術編輯 奧維多整合行銷股份有限公司
電話 886-2-2369-6777

展售處
國家書店 - 松江門市
104 臺北市中山區松江路209號1樓
電話：886-2-2518-0207

五南文化廣場
臺中市區綠川東街32號3樓
電話：886-4-2221-0237
中華郵政臺北雜誌第1102號
執照登記為雜誌交寄
歡迎線上閱讀並下載本刊
網址：www.ncc.gov.tw

GPN：2009600628
ISSN：1994-9766
定價新臺幣：100 元
創刊日期：96.4.28

著作權所有 本刊圖文非經同意不得轉載

頭條故事

- 01 未來的希望 就像日出一般的光亮
社會關懷節目「日出的所在」製播心得分享

專欄話題

- 04 藉預算法修正 提升公共服務之價值
公營廣播電臺播送「廣告」類型之觀察
- 11 掌握陪伴特色 注重聽眾權益
102年廣播收聽行為研究成果出爐
- 14 鬆綁法規 簡化作業 促進資訊公開
修訂廣播電視法施行細則第30條
建置無線廣播電視節目表資料庫及查詢網頁

會務側寫

- 16 導入活水、互動雙贏
102年「廣播節目及廣告內容相關規範
研討會」紀要
- 19 性別平權新視界、妳我同心向前行
我國通訊傳播事業人力概況分析
- 24 委員會議重要決議

未來的希望 就像日出一般的光亮 社會關懷節目「日出的所在」製播心得分享

■ 楊長順

緣起

核四的安全問題、高失業率、食品安全危機、12年國教政策反覆不定……，大環境讓民眾感到不安，有人因此痛苦不已，有人藉網路沈迷來逃避，幸福快樂是否從此遠離？希望在那裡？

其實在社會上的許多角落，仍有不少人認真努力地活出自己，讓生命發光發熱。有的關懷社區的發展、有的關心這片土地的未來，或者是幫助弱勢族群脫離痛苦，帶來快樂，也因為無私的奉獻與付出，快樂與幸福悄然到來。雲林是農業縣，很多年輕族群跑到都會區拼經濟，剩下老人、小孩及新住民，人口外移情形嚴重，城鄉差距明顯。正聲廣播公司雲林臺期望透過製播「日出的所在」節目，讓聽眾朋友因為這些感人的故事，看見未來的希望，就像日出一般的光亮。為符合地域性，節目製播使用語言以臺語為主，國語為輔。



主題

社會關懷的主題頗多，罕見疾病、街友、身心障礙族群、新住民……，在週遭生活中俯拾即是，但問題是什麼樣的題材能吸引聽眾的關注？主持人必須在日常生活中用心觀察，掌握時代脈動。如果能發現新穎、沒有人做過的題材當然最佳，否則也必須從既有題材中找出新的觀點，才能讓聽眾有不一樣的感受。茲就三集參賽節目帶略作說明：

第一集：天天9-21

內容：城鄉差距問題越來越嚴重，雲林縣林內鄉的「臺灣心境探索學會」為了幫助雲林地區偏鄉的弱勢學童建立自信，找到自己的價值，在經費有限的情況下成立「探索鼓陣團」，一年之內舉辦24個梯次兩天一夜的「領導人培訓暨親子生態營」，成效良好。重要的關鍵就是學會有5位專職志工全心投入，年輕又有活力，她們每天從早上9點工作到晚上9點，全年無休，到底是什麼力量支持著她們？雖然忙碌，她們卻很珍惜難得的學習機會，因為她們知道自己正邁向幸福之路。

說明：志工的題材很多人做過，當時接觸到學會也不以為意，陸續訪問了學會創辦人及理事長，後來有機會訪問到學會的志工，一次來了5位，既年輕而且是「專職」，讓我嚇了一大跳！有哪

個年輕朋友願意拋下自己的前途，全心投入志工行列，而她們的家人竟然都可以接受？題材的焦點浮現後，後續的採訪便不成問題。最後把主題定為「天天9-21」，因為921是大家都很熟悉的數字，她們每天從早上9點忙到晚上9點，幾乎是天天如此，標題不但扣住節目內容，而且讓聽眾印象深刻。5位志工的學習成長與生命故事對年輕朋友而言，相信可以提供另一角度的省思。



第二集：溼地～我的家

內容：民國75年韋恩颱風侵襲，引發海水倒灌，雲林縣口湖鄉成龍村100多公頃的農田變成了溼地，農民不知所措，深感無奈。94年起鄉公所透過縣府向林務局提案，以「生態休耕」名義向農民租地，補貼農民的收入，溼地生態才未被破壞。觀樹基金會從民國99年起規劃辦理「成龍溼地國際環境藝術節」，並透過「成龍溼地三代班」模式，使得環境教育可以在社區紮根。黃玉須、李國豪及郭明源等家庭都因為加入三代班，與溼地之間有了更深的情感，發現溼地原來就是他們的家。

說明：以往製播的題材總是以人為主軸，這一集把焦點放在土地、環境與民眾的關係。雲林縣沿海的口湖鄉算是偏鄉，來到這裡，除了一望無際的魚塢，似乎沒有其他景觀會令人產生印象。

因為天災而形成的成龍溼地，對居民而言，既是傷害又無奈，但是因為觀樹基金會進入社區，每年舉辦「成龍溼地國際環境藝術節」，帶領社區居民重新認識這塊溼地，當民眾的觀念改變，溼地的意義與價值也變得不一樣，因為認同，所以願意付出，也因為社區居民的付出，溼地變得越來越美。期望透過成龍溼地居民凝聚共識的故事，讓聽眾可以想到自己所在的環境，只要把居住的地方當做是您的家，不管它現況如何，您一定會想辦法讓它變得更美！

第三集：希望向前走

內容：雲林縣身心障礙者重建協會成立已經6年多，幫助雲林縣5、60個身心障礙朋友的家庭，提供學員學習的空間，減輕家庭的負擔。協會設立「希望工場」，學員可以學習包裝等工作技能，同時還規劃豐富的課程，除了音樂課還有頗具在地特色的布袋戲課，藉由這些課程幫助學員慢慢成長、逐漸獨立。協會還規劃清掃馬路、到老人養護中心表演布袋戲等社區服務，讓這群學員融入社區，看見自己的價值，對未來抱持希望。

說明：庇護工廠或是身心障礙社團的題材顯得很平常，多次訪問雲林縣身心障礙者重建協會總幹事卓中信老師，發現他用心經營，成果也相當不錯，幫助不少身心障礙家庭減輕負擔，只是



他們服務的內容和其他社團有何不同，如何才能讓節目的主題突顯？有一次在臉書發現協會PO的照片，協會的學員每週固定時段頂著大太陽在社區中掃馬路。這一群身心障礙朋友不僅僅接受社會愛心人士的關懷照顧，而且透過學習，運用自己的能力去服務社區、回饋社會；後來協會開始規劃老人養護中心的關懷活動，雖然過程中有些狀況，但是看見這群「希望工場」學員真誠的笑容與眼神，認真努力向前的態度，真的很感人！即使身心障礙朋友也有能力可以去幫助別人，讓我們可以重新省思該如何來回饋社會？

節目構架

對節目主題有了概念之後，開始規劃節目架構，設定訪問對象、節目內容及呈現手法等。起、承、轉、合可做為基本架構，破題很重要，太直接或太平常較難吸引聽眾，可以從整個主題的焦點中找出最吸引人的一小段做為破題。節目主軸可以用人的故事來串接，或者用時間、地點來分段落，結語切忌用說教式，節目的節奏如果多一些變化—快、慢、高昂、低沉……，可以使整個節目聽起來更有生命力。

採訪

採訪前先擬妥題綱是必要的，而臨場的反應則須透過不斷的練習使技巧更純熟。



受訪者的表現影響整個節目的流暢度。有的受訪者講的太冗長，造成後製剪輯的困擾，因此必須在採訪前事先做好溝通；有的受訪者話很少，表達能力差，無法講出自己的想法，採訪時主持人必須使出熱情來帶動受訪者；有的受訪者表達確實有困難（例如身心障礙朋友），問題要簡單，主持人可以放慢講話速度，受訪者回答後，可以簡要再重複一次答案，一方面確認自己沒有聽錯，也可以幫助聽眾了解受訪者所言，萬一真的聽不懂也沒關係，此刻最好旁邊有熟悉受訪者人士可以協助溝通，使採訪更順暢。

與受訪者熟稔，可以幫助受訪者在訪問過程中保持自然的態度，從容表達，這方面可以藉由多次見面使彼此更熟絡；另外對於初次見面的受訪者，主持人務必自己先放輕鬆，受訪者才能解除防備與緊張，主持人的微笑及親切的態度就是最好的利器。

後製

採訪後的聲音資料可能與預期不同，節目架構須同時略作調整。我習慣性在採訪過程中，會多收一些現場音，然後適切地放入節目中，讓節目聽起來更有臨場感，更生動；在串接時選擇與主題調性相符的音樂，也可以強化節目氛圍的塑造，在後製過程中可以多嘗試不同類別的音樂。由於電腦剪輯程式功能強大，也使得廣播節目剪輯更容易，可以有更多變化。

結語

因為製播「日出的所在」節目，看見社會上許多弱勢族群的悲苦，也看見許多無名英雄默默在付出，他們每一位就像是我的老師，教導我生命的意義與價值。期盼聽眾在聽完節目之後，可以和我有相同的感動，珍惜生命中的所有，更加樂觀地面對未來！☺

（作者為正聲廣播公司雲林臺「日出的所在」節目主持人及102年廣播金鐘獎社區關懷節目主持人得主）

藉預算法修正 提升公共服務之價值

公營廣播電臺播送「廣告」類型之觀察

■ 邱維櫻

「廣播電視法」第30條規定：「民營電臺具有商業性質者，得播送廣告。其餘電臺，非經主管機關許可，不得為之。」是以，公營廣播電臺不得播送商業性廣告，而係依其設臺宗旨播送政策法令、活動、服務等內容，且不視為廣播電視法所稱之「商業廣告」。然而，隨著政府提供政策服務漸趨多樣及與多元公益組織合作，公營廣播電臺播送「廣告」類型也隨之更多元豐富，以下將公營廣播電臺播送「廣告」類型之現況提出初步觀察報告。

一、公營電臺組織條例／設臺宗旨：

「公營廣播電臺係依廣播電視法」第5條：「政府為特定目的，以政府名義所設立者，為公營廣播、電視事業。」之規定所設立，從各公營廣播電臺之組織條例（法、規程）及設臺宗旨可看出，除政令宣導外，多以「公共服務」為主，如表1。

二、目前播送情形

為使政府機關團體辦理之政策宣導得以公開、透明，杜絕置入性行銷之疑慮，以達維護行政中立、新聞自由及人民權益之目的，「預算法」增訂第62條之1條文：「基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，政府各機關暨公營事業、政府捐助基金百分之五十以上成立之財團法人及政府轉投資資本百分之五十以上事業，編列預算辦理政策宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進

行。」並奉總統令於民國100年1月26日公布施行，規範政府機關團體使用政府預算辦理政策宣導時，應明確標示廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱。

在「預算法」修正施行一年後，為瞭解身負政令宣導及公共服務任務的公營電臺播送「廣告」情形，國家通訊傳播委員會（以下簡稱本會）針對部分公營電臺自101年10月至102年5月間所播送廣告內容進行抽樣觀察。

依「預算法」第62條之1規定，可將該法規範政府機關（構）從事「政策宣導」行為解構為「政府各機關暨公營事業、政府捐助基金百分之五十以上成立之財團法人及政府轉投資資本百分之五十以上事業」、「編列預算」、「辦理政策宣導」，應「1.標示廣告」、「2.揭示機關單位名稱」及「3.不得以置入行銷方式為之」等要件。以下謹就託播之廣告主身分及播送內容分析現今公營廣播電臺播送「廣告」之態樣：

（一）廣告主身分

- 1.政府機關（行政院發言人室、中央機關及地方政府）
- 2.國營事業（臺銀人壽、中油）
- 3.民營事業（臺灣彩券）
- 4.財團法人（汽車交通事故特別補償基金）
- 5.社團法人（臺灣農漁物流協會、中華民國汽車安全協會、壽險商業同業公會、產險商業同業公會）

表1 公營廣播電臺組織條例及設臺宗旨

電臺	組織條例（法、規程）	設臺宗旨
警廣	內政部警政署警察廣播電臺組織條例 第2條：內政部警政署警察廣播電臺，掌理下列事項： 一、配合宣導推動警察工作、溝通警民關係、促進交通安全及加強為民服務事項。 二、協助政府宣導政令、端正社會風氣及推行公共服務事項。 三、……七、其他有關為民服務事項。	1. 宣導政令。 2. 服務民眾。 3. 推行社會教育。
臺北	臺北廣播電臺組織規程 第1條：本規程依臺北市政府觀光傳播局組織規程第8條規定訂定之。	1. 協助推動市政建設，並成為市府所屬防救災電臺。 2. 預防犯罪，保障婦幼，建立安全城市。 3. 促進族群和諧，強化公共服務，服務弱勢團體。 4. 擴展國際視野，打造首都電臺風貌。 5. 提升生活品質，營造美好家園。
教育	國立教育廣播電臺組織法 第1條：教育部為辦理全國教育廣播業務，特設國立教育廣播電臺（以下簡稱本臺）。 第2條：本臺掌理下列事項： 一、教育政策、政令宣導之規劃及執行。 二、教育廣播節目、教育新聞節目之規劃、製作、數位化管理及推廣。 三、學校廣播教育之協助及推廣。 四、社會教育及公共服務之推廣。 五、其他有關教育廣播事項。 國立教育廣播電臺組織條例 第1條：國立教育廣播電臺（以下簡稱本臺）隸屬教育部，掌理全國教育廣播事宜。 第2條：本臺之任務如下： 一、闡揚國家教育政策、政令。 二、實施空中教學，推動成人及終身教育。 三、推動特殊教育及職業教育。 四、推廣原住民教育。 五、推展社會教育。 六、協助推動學校廣播教育。 七、其他有關教育廣播事宜。	教育廣播
漢聲		服務國軍官兵及眷屬
復興		1. 抑制中共廣播 2. 配合政府政策 3. 製播純淨節目
漁業	行政院農業委員會漁業署漁業廣播電臺組織規程第1條：行政院農業委員會漁業署為即時報導最新漁業氣象、海上作業安全資訊及海難救助等業務，特設漁業廣播電臺。	1. 服務漁民 2. 發展漁業
高雄	高雄廣播電臺組織規程第1條：本規程依高雄市政府新聞局組織規程第八條規定訂定之。	1. 加強政令宣導，擴大為民服務。 2. 促進雙向溝通，提高文化水準。

（二）廣告內容¹

1.法令／政策／公益

- （1）如臺北市政府（政府機關）宣播之「a.24小時安心諮詢專線」、「b.機車排氣檢驗」等。
- （2）如交通部高公局（政府機關）宣播之「高速公路秩序安全」。
- （3）如臺灣中油股份有限公司（國營事業）宣播之「a.熄火加油安全」、「b.節能減碳」、「c.節能環保車」、「d.正常使用油品及勿使用可疑添加劑」、「e.提供免費申裝ETC、eTag」等。
- （4）如中華民國汽車安全協會（社會團體）宣播之「a.防禦駕駛」、「b.環保節能車」、「c.行車安全」。

2.活動

- （1）如臺北市政府消防局（政府機關）宣播之「119消防節活動」。
- （2）如臺北市都市更新處（政府機關）宣播之「臺北未來生活區概念展」。
- （3）如國立傳統藝術中心（文化部之三級機關）宣播之「a.來傳藝中心看布袋戲」、「b.傳藝中心夏之祭」、「c.週六歌仔戲巨星見面會」等。
- （4）如臺灣農漁物流協會（社會團體）宣播之「2012臺灣國際豬腳節」。

3.形象

- （1）如臺北市政府（政府機關）宣播之「臺北市奪得2012年國民美好生活指數第一名」。
- （2）如臺銀人壽保險股份有限公司（國營事業）宣播之「唯一國營，來自臺銀，臺銀人壽」。

表2 詳細廣告內容（觀察日期：自101年10月至102年5月）

索引標籤	廣告標題	廣告內容
1-（1）-a 臺北市政府	24小時安心諮詢專線	臺北市政府24小時安心諮詢專線，0800-788995，請幫幫救救我，1999轉8858，幫幫我吧！
1-（1）-b	機車排氣檢驗	親愛的民眾，出廠滿五年的機車，每年應該依照行照原發照月份前後一個月內完成排氣檢驗，逾期未完成檢驗者，處以罰鍰兩千元整，並且禁止換發行照，臺北市機車牌檢驗站地址，請洽1999或臺北市環保局網站查詢，臺北市政府環保局、臺北電臺共同提醒您～
1-（2） 交通部高公局	高速公路秩序安全	開車上高速公路要守秩序，下交流道不可以亂插隊。下交流道插隊會被罰3000-6000元
1-（3）-a 臺灣中油股份有限公司	熄火加油安全	加油之前要先將車輛熄火，同時也禁止點火，還有吸菸等等危險行為，還有絕對不能夠撥打或接聽手機，因為可能會引起氣爆，由於汽油的燃點低，而且是易揮發性的物質，如果通風不良，空氣中的油氣無法消散，只要碰到一點點的火花，可能就會導致爆炸意外。如果加油那天空氣的濕度大，或者是遇上氣壓低的陰天，還有像是有霧的天氣，因為空氣流通比較差，油氣的密度相對的就會增加，火花引發爆炸的可能性就會進一步的加大。加油安全要注意，除了停車熄火、禁用手機之外，也要避免任何摩擦產生靜電或火花的行為，才能確保安全。 以上廣告由「中油公司」提供。
1-（3）-b	節能減碳	開車一定保持平穩的速度，絕不會忽快、忽慢，或者是緊急加速、緊急剎車，而且也儘量避免蛇行、變換車道，如果停紅燈超過1分鐘，我也會選擇熄火，一方面可以節省油料，另一方面也可以減少汙染。良好的駕駛習慣，除了可以保護愛車，更可以減少不必要的油耗，節能減碳又環保。 以上廣告由「中油公司」提供。

¹ 廣告內容詳如表2。

- (3) 如臺灣中油股份有限公司（國營事業）宣播之
「a.愛心洗車站，共同響應愛心關懷弱勢家庭」、
「b.加油夠方便，如廁無障礙」等。

4.商品／服務

- (1) 如中華民國人壽保險商業同業公會（職業團體）
宣播之「a.外幣保單」、「b.商業醫療險」、
「c.投資型保單」、「d.外幣收付非投資型保
單」、「e.健康保險」、「f.重大疾病保險」、
「g.癌症險」、「h.年金保險」等。
- (2) 如臺灣彩券股份有限公司（民營事業）宣播之
「大樂透」。

三、觀察小結

公營廣播電臺既為政府編列預算所設立，其內容
即應以服務民眾為首要任務。如警廣申請核發臺東分

臺廣播執照時，將轉播服務擴充為包括自製42%（臺
語、原住民族語言）多語言、當地交通及災害防救資
訊、漁業氣象、農業技術情報、在地風土人情及慶典
報導等節目，即係為具體落實並強化公共服務精神，
故「公共服務」才是公營電臺應有的核心本質。

對於一般聽眾而言，訊息的接收無關背後收益，
而是訊息本身，若公營電臺為營利目的，以收益為主
選擇託播之廣告，則將造成違背社會責任之慮，影響
大眾對於公營電臺之期許。因此，公營廣播電臺播送
廣告時，是否宜謹慎檢視受託宣播之廣告內容符合該
臺設臺宗旨，以提供聽眾一個正確傳遞政府法令、廣
播民生福祉及提供公共服務之核心價值環境，是一個
值得持續觀察的項目。🌀

（作者為內容事務處行政助理）

索引標籤	廣告標題	廣告內容
1-(3)-c	節能環保車	選擇「節能環保車」，不僅可以省下油錢，更可以減緩地球暖化的速度。以上廣告由「中油公司」提供。
1-(3)-d	正常使用油品及勿使用可疑添加劑	不能改用不合原廠建議的油品，避免車輛長時間不使用，汽油儲存過久會堵塞油路，不要隨便添加來路不明或者是成分可疑的添加劑
1-(3)-e	提供免費申裝ETC、eTag	配合「全民ETC、eTag全面啟動」活動，在快速服務保養中心提供用路人one stop免費申裝，一次到位服務，由專業技師為用路人進行車輛的檢測以及黏貼作業。加油站是開車族最好的朋友，您需要它時，它永遠在那裏為您服務。以上廣告由「中油公司」提供。
1-(4)-a 中華民國汽車安全協會	防禦駕駛	防禦駕駛是預測危險進而遠離危險駕駛哲學，即使你是守規矩駕駛人，但有可能因他人違規而受害，雖然前面是綠燈但為避免其他人闖紅燈肇事，在行經路口時你可以把腳輕放在踏板上，並左右查看路況以防止意外發生。我是中華民國汽車安全協會理事長胡開昌，事先預防任何可能遇到的危險狀況，就能降低意外發生機率，「中華民國汽車安全協會」關心您。
1-(4)-b	環保節能車	老舊又耗油的汽車不僅浪費油錢，而且對環境造成傷害，選擇「環保節能車」，就是選擇更好的生活。以上廣告由「中華民國汽車安全協會」提供。
1-(4)-c	行車安全	車輛怠速3分鐘以上會被罰。坐後座也要繫安全帶，不然也是會被罰錢。「中華民國汽車安全協會」提醒您，無論遇上什麼樣的交通狀況，開車必須淡定，後座乘客必須繫上安全帶，才能讓您行車更平安、罰單不會來。以上廣告由「中華民國汽車安全協會」提供。

索引標籤	廣告標題	廣告內容
2- (1) 臺北市政府消防局	119消防節活動	親愛的聽眾朋友，102年度119消防節，將在1月19號，星期六下午1點30分，信義區新光三越香緹大道盛大舉行，現場有熱鬧的活動攤位、有趣的闖關遊戲、精湛的舞臺表演，同時還能學到實用的防災知識，活動精彩、獎品豐富，等你來挑戰！
2- (2) 臺北市都市更新處	臺北未來生活區概念展	臺北未來生活區概念展，邀請臺北、東京、香港三組國際建築師，顛覆你對空間的看法，即日起至102年1月13日，URS27華山大草原展出，FB搜尋關鍵字：TAIPEI NEXT PLAN，臺北市都市更新處邀請您～
2- (3) -a 國立傳統藝術中心	來傳藝中心看布袋戲	英雄會，會英雄，7月份的假日，「傳藝中心」不平常，創意布袋戲要在此決雌雄了，樓上找樓下，媽媽找爸爸，趕快來到戲棚下，保證大家歡喜笑哈哈，「傳藝中心」邀請大家來湊熱鬧。 記得，7月份的假日，要來「傳藝中心」看布袋戲。
2- (3) -b	傳藝中心夏之祭	從7月開始，「傳藝中心」有霹靂奇幻武俠世界的多媒體木偶展，Cosplay踩街遊行，和新生代布袋戲英雄好漢大會演，還有歌仔巨星見面會。還可以看到駐園藝術家的精彩木雕特展，跟「偶」是戲偶熱血青春三部曲的劇團表演。「傳藝中心」當然是傳統藝術活動最好玩，像文昌祠的紀念傳統慶典，不管是XX王爺誕辰，中元節、中秋節都超精彩。 暑假何處去，「傳藝中心」夏之祭，英雄聯盟呼喚你。
2- (3) -c	週六歌仔戲巨星見面會	今年國立傳統藝術中心特別設計，「週六歌仔戲巨星見面會」，從8月4日到9月15日，每週六下午1時到2時，邀請全臺超過15位歌仔戲天王巨星輪番上陣，跟戲曲專家林茂賢教授聊天講趣味。
2- (4) 臺灣農漁物流協會	2012臺灣國際豬腳節	大家好、我是臺灣Q豬超人「2012臺灣國際豬腳節」8月18日至19日，一連2天在臺北市政府府前廣場舉行，現場規劃包括國際豬腳區、臺灣豬腳區，以及豬肉加工區三大區，除了提供現場民眾試吃之外，大家還可以跟我臺灣Q豬超人參與投票活動，兌換限量好禮，藉著活動吃遍各國豬腳料理，吃和玩一網打盡，歡迎您來參加。 以上廣告是由「臺灣農漁物流協會」提供。
3- (1) 臺北市政府	臺北市奪得2012年國民美好生活指數第一名	開南大學12月7號公布2012年臺灣各縣市國民美好生活指數結果，透過11項領域、24項主客觀指標，對於各縣市進行評比，臺北市奪得2012年國民美好生活指數第一名的殊榮。臺北市在收入、社群關係、教育文化、環境、政府治理、健康等六項指數都獲得第一名的佳績，臺北市政府將會持續努力，不止以首善之都做為目標，也希望走向國際，讓臺北生活更加美好！
3- (2) 臺銀人壽保險股份有限公司	唯一國營，來自臺銀， 臺銀人壽	我跑過沒有人想跑的地方，我的每一步腳印，都來自實在的力量，我是林義傑，我和臺銀人壽一樣，相信實在的價值，沒有華麗包裝，有的是「不變的承諾，安心的陪伴，紮實的深耕。」唯一國營，來自臺銀，臺銀人壽。 以上廣告由「臺銀人壽」提供。

索引標籤	廣告標題	廣告內容
3- (3) -a 臺灣中油股份有限公司	愛心洗車站，共同響應愛心關懷弱勢家庭	臺灣中油長期與苗栗特殊教育學校合作，4年多來在苗栗縣已經成立了8座愛心洗車站，敬邀大家共同響應愛心關懷弱勢家庭，給予身心障礙人士更多的機會。 以上廣告由「中油公司」提供。
3- (3) -b	加油夠方便，如廁無障礙	我們可以去加油站上廁所，很方便，我就先把車開去那，順便加個油。加油加到油槍跳停，不僅可以減少油氣的溢散，造成空氣汙染的機會，更可以降低氣爆的危險。溢出的油氣裡面含有苯、甲苯、二甲苯、乙苯等等的致癌物，吸多了會有害人體健康。為了要提升服務品質，還有環境的友善度，所以正在各地的加油站設置無障礙公廁，打造一個行動無障礙的空間，以便利身障者還有行動不便的民眾可以使用，北臺灣在年底以前，應該就會通通完工了。加油夠方便，如廁無障礙，加油站是開車族最好的好朋友。 以上廣告由「中油公司」提供。
4- (1) -a 中華民國人壽保險商業同業公會	外幣保單	當消費者持有大量外幣資產，這些外幣資產除了投資之外，也可以拿出一部份來購買「外幣保單」，這也算是對外幣資產配置，還可以達到分散風險效果，但是因為「外幣保單」在繳納保費還有支付保險給付都以外幣計價，所以在事故發生或滿期給付時候，外幣匯率風險就會發生。購買「外幣保單」前，對於保單計價幣別所屬的國家政治以及經濟變動風險，還有未來是否有外幣需求以及自身承受匯率風險能力因素做整體考量，還能夠享受「外幣保單」所帶來報酬跟風險保障。國人的資產配置越來越多元化，投資越來越國際化後，消費者對「外幣保單」也越來越有認知，但是購買「外幣保單」對於匯率風險必須多方思考，提醒你在購買「外幣保單」前，應該審慎選擇適合您的保單。 以上廣告由「壽險公會」提供
4- (1) -b	商業醫療險	有全民健保，還需要自己掏錢投保「醫療險」？其實「醫療險」就是要補足健保的4大缺口。第一是病房費的差額，在大都會區醫療院所，健保床的佔床率，幾乎是百分之百，想要獲得比較好的休養，就必需要自掏腰包住升等病床。第二是自付費用的藥品，像我開刀以後，為了減輕傷口傷痛、裝了這臺止痛針，6千元，就是要自付的費用。第三、健保有一些不給付的醫療項目，也可以利用「醫療保險」來負擔一些醫療費用。第四是薪資損失，生病的時候，不但沒有薪水，還要額外的花費，這都是一筆龐大的費用，以前沒開刀住院過，都覺得，買的保險好像都是白繳錢，現在終於體會，多一份保障，就多一份心安。全民健保提供醫療的基本照顧，若加保商業醫療險，民眾可享有更好的醫療品質。以上廣告由「壽險公會」提供。
4- (1) -c	投資型保單	「投資型」保單，是具有「保障」與「投資」雙重功能的保險商品，我們所繳交的費用，部分負擔壽險成本；其餘部分，可投資於其他金融商品，保戶可以自由選擇投資標的，享受投資過程中所獲得的利益，同時也要自行負擔其中的風險。提醒您：在購買「投資型」保險商品前，應審慎評估風險。 以上廣告由「壽險公會」提供。
4- (1) -d	外幣收付非投資型保單	「外幣收付非投資型保單」，基本上是保費及身故或殘廢的保險金、滿期保險金以及紅利等等，都是以外幣來計價，如果說新臺幣對外幣的匯率升值，保戶就可以繳比較少的保費。購買「外幣保單」前，對於保單計價幣別所屬國家的政治和經濟變動風險，以及未來是否有外幣需求，和自身承受匯率風險能力等等這些因素，都要做好整體的考量，才能夠享受到「外幣保單」所帶來的保障。目前臺灣市場上的「外幣收付非投資型保單」，繳交保費及給付身故殘廢保險金、滿期保險金及紅利等，都是以外幣計價，對於長期持有外幣，同時有外幣需求的保戶來說，無論是經商、留學、或是退休移民，都是一份不可少的隨身保障。提醒您：在購買「外幣保單」前，應審慎選擇適合您的保單。 以上廣告由「壽險公會」提供。

索引標籤	廣告標題	廣告內容
4- (1) -e	健康保險	「健康保險」是在保障保險期間，被保險人因急病或傷害失去工作能力，以至於沒有收入來源，以及所必需付出的醫療費用等損失，保險公司將給付保險金，以彌補經濟損失的保險。 以上廣告由「壽險公會」提供。
4- (1) -f	重大疾病保險	爸爸罹患癌症，需要開刀治療。爸爸很早就規劃投保了「重大疾病保險」還有「醫療保險」，住院的病房和手術費用，可以由「醫療險」來給付。爸爸罹患的是重大疾病，「重大疾病險」的特色是，一旦罹患重大疾病，就可以獲得一筆理賠金，可以拿來彌補在治療期間，導致收入中斷缺口，還有彌補一些高貴藥材、看護費用的支付。爸爸早就幫自己做好醫療保障雙核心，讓自己和家人受到完整的保障。「重大疾病保險」，不但是保重病，也保障家人的生活。「重大疾病保險」的特色，是一旦罹患癌症、腦中風、心肌梗塞、重大器官移植手術、冠狀動脈繞道手術、慢性腎衰竭、癱瘓等7項重大疾病，即可申請一筆重大疾病保險金，讓病患得以安心治療，並讓家人的生活得到保障。 以上廣告由「壽險公會」提供。
4- (1) -g	癌症險	「防癌保險」的醫療給付的意義，更甚於身故理賠，建議您在保單規劃時，不妨將身故給付的重點，放在一般壽險。至於投保「防癌保險」的考量，則是偏重在醫療給付的補貼，還有收入損失的彌補方面。一般的「癌症險」保單至少要涵蓋有以下11項，包括有初次罹患癌症，還有癌症住院醫療、癌症手術醫療、癌症門診醫療、癌症出院療養，還有癌症放療、癌症化療、癌症的骨髓移植，以及乳癌重建手術、癌症義肢，以及義齒的裝設；再加上癌症身故等等的保險金。各家保單的給付條件，還有理賠的金額，差距很大，所以消費者在投保之前，就應該還是要有貨比3家的精神。根據衛生署統計國人10大死因的資料顯示，惡性腫瘤已連續30年蟬聯10大死因榜首，其實罹患癌症並不可怕，可怕的是隨之而來的醫療費用支出，為了自己及心愛的家人，可以獲得更好的醫療品質及生活照顧，選擇1張完善的「防癌保單」可在您最需要的時刻給您周全、完善的醫療照顧。 以上廣告由「壽險公會」提供。
4- (1) -h	年金保險	為了要享有尊嚴的退休生活，我們得做好未來經濟生活的安排，讓我們擁有理想的生活品質，所以我正在研究「年金保險」。我們距離60到65歲左右的退休年齡，還遠得很，你太杞人憂天。我是未雨綢繆，我們可以在孩子漸漸長大，家庭負擔逐漸減輕時，考慮投保或轉換保險契約，修正成為具有儲蓄理財功能的「年金保險」，另外可以附加一些「醫療保險」，這樣才可以因應老年醫療費用或者是長期看護支出的需求。現代社會逐漸趨向小家庭，養兒防老的觀念也日漸式微，可以在年輕的時候，未雨綢繆，先作好自已的年老退休計劃，讓年長時也可以享有一個尊嚴、自主的老年生活；「年金保險」附加「醫療險」廣告。 以上廣告由「壽險公會」提供。
4- (2) 臺灣彩券股份有限公司	大樂透	您知道您買的公益彩券造福全國人民？7月份公益彩券盈餘高達37.35億元，50%分配各縣市辦理社福及慈善活動，45%補助國民年金，其餘5%作為全民健保準備之用。聽眾朋友，你今天做公益了？今天「大樂透」頭獎獎金上看7.7億，請大家把握時機支持公益彩券，大家一起「買彩券」，做公益，積功德。

掌握陪伴特色 注重聽眾權益

102年廣播收聽行為研究成果出爐

■ 黃財振

一、研究緣起

隨著傳播科技發展，各種傳播媒體之間的界線日益模糊。視聽大眾可透過各種不同的載具，接取各種不同媒體的內容，如以網路收看電視節目，或以手機收聽廣播的情形，在近年來數位匯流下有顯著發展。但即使視聽大眾的選擇日趨多元，廣播媒體因具有便利接取、載具價格低廉及陪伴等特性，仍在民眾生活中扮演無法取代之角色。

為瞭解分析聽眾收聽廣播電臺行為及對廣播媒體運用與態度，國家通訊傳播委員會（以下簡稱本會）前於民國99年進行調查，而為累積廣播收聽行為長期演變趨勢，並掌握聽眾形貌，本會復於102年委託華威行銷研究股份有限公司再次進行調查，並由文化大學新聞系徐振興助理教授擔任研究團隊主持人，而調查內容除上述收聽行為外，同時蒐集各界對廣告時間長度、指定酒類廣告播出時段，以及聽眾對節目資訊提供接受程度等意見，以作為本會在法令修訂及政策擬定之參考。

二、研究方法

本委託研究採取「多元方法」（multi-method），第一階段先進行量化調查，採電話訪問（CATI Interview）方式，以臺灣地區北、中、南、東4區（臺灣本島+澎湖縣），年滿13歲以上民眾為訪問對象。有效接觸一般民眾為8,787份，其中成功訪問有效廣播

聽眾3,025份，在95%的信心水準內，整體抽樣誤差為 $\pm 1.78\%$ ；有效聽眾以24小時回憶法定義（24小時內連續收聽同一廣播節目5分鐘以上）。

第二階段進行質化研究，採取焦點群體座談（Focus Group Discussion）方式，藉由彙整量化調查結果分析數據，擬訂座談討論大綱與參考資料，分別邀請聽眾、專家學者、廣播業者與公協會代表提出相關看法及建議。

三、研究發現

以下摘要介紹本次調查研究幾項值得深入探討之發現與結果：

（一）廣播收聽動機與行為

1.收聽人口比例，廣義聽眾和平常聽眾有減少趨勢，而有效聽眾及非有效聽眾都有上升的趨勢

63.5%的民眾最近半年內有收聽過廣播節目（廣義聽眾），38.8%的民眾最近1週內有收聽過廣播節目（平常聽眾），34.4%的民眾24小時內連續收聽超過5分鐘以上（有效聽眾），36.5%的民眾表示從來不收聽廣播節目（非聽眾）。整體而言，廣義聽眾和平常聽眾相較99年有減少之趨勢，而有效聽眾及非聽眾則有上升的現象。

2.收聽廣播的原因以「無聊打發時間」、「可以跟著唱歌或聽歌」、「收聽即時新聞」為主

收聽人口比例

項目	102年		99年
	人次	%	%
1.廣義聽眾-最近半年有收聽廣播	5,583	63.5	63.8
平常聽眾-最近一週有收聽廣播	3,409	38.8	48.6
有效聽眾-24小時內有收聽超過5分鐘	3,025	34.4	29.8
2.非聽眾-從來不收聽廣播	3,204	36.5	36.2
總計	8,787	100.0	100.0

31.3%的聽眾收聽廣播主要的原因為無聊打發時間，其次為可以跟著唱歌或聽歌（18.7%）和收聽即時新聞（18.6%）。與99年相較，因無聊／打發時間而收聽廣播的聽眾有增加的現象，其中以13-19歲的年輕族群居多，但跟著唱歌或聽歌、收聽即時新聞、有聲音陪伴和收聽路況報導而收聽廣播的聽眾則有下降之趨勢。

3.上下班時間通常是開車聽眾收聽廣播的尖峰期，而在工作場所和家裡／宿舍收聽廣播，則大多將廣播當作背景音樂

收聽廣播的地點，有59.0%的聽眾通常在車上收聽廣播，其次為家裡／宿舍（42.3%）和工作地點（13.6%）。

比較99年與102年之調查結果，30-49歲的聽眾較常在車上和工作場所收聽廣播，但車上和工作場所收聽廣播有下降趨勢；而13-19歲及60歲以上聽眾較常在家裡／宿舍和公共場所收聽廣播，且有逐漸增加的現象。

質化調查結果顯示，多數的聽眾在交通時間聽廣播，收聽時間多為半小時至2小時不等，因此上下班時間可視為是廣播的尖峰期，其次為公司播放廣播或在家收聽，收聽平均時間約為3至4小時不等，由此可見廣播確為陪伴性媒體之角色。

4.收聽廣播方式有越來越多元之趨勢

51.2%的聽眾透過車用收音機收聽廣播，其次為收錄音機（43.9%）和電腦網路（7.2%）。聽眾收聽廣

播方式越來越多元，除了較常使用的方式為車用收音機和收錄音機外，使用手機收聽廣播的聽眾則有增加的情形。

（二）廣播收聽頻道、節目類型與滿意度

多數聽眾收聽大功率的電臺，其中以中廣、飛碟和警廣較多，最常收聽的類型以音樂類和新聞類的比例較高。對於收聽節目品質、內容和類型多樣化多予正面評價。

（三）電臺與聽眾互動經驗

41.6%的聽眾有聽過節目主持人或來賓推銷介紹產品、服務；5.1%的聽眾有買過廣播節目中介紹的產品或服務；另極少數的民眾會與節目或主持人進行互動，願意互動的聽眾多受活動獎項所吸引或為提供路況等資訊，而互動後的感覺多為良好。

（四）置入性行銷與廣告時段政策意見

雖然僅有33.7%的聽眾贊成廣播節目中介紹商品訊息，同時只有27.2%的聽眾能接受廣播節目內容與廣告相似；但卻有45.2%的聽眾能接受在廠商贊助或付費的情形下介紹或推銷商品。因此要聽眾在節目中可接受商業訊息，則應避免太過刻意置入，且要適時揭露產品及廠商贊助的相關資訊。

僅有12.5%的聽眾贊成廣告時間延長；而聽眾與業者均以節目品質為考量，對於廣告播出的時間比例及頻率都希望設有一定的上限。

對於酒類廣告的播放時間，聽眾與業者則有不同

的看法，聽眾認為酒類廣告在平日或假日適合播出時段皆為凌晨12:00-5:59、晚上11:00-11:59或晚上10:00-10:59，但部分受訪者認為限制購買管道即可；另業者認為酒類廣告若要開放，則傾向於早上時段播放，以減少提醒聽眾前去購買酒類商品之效果。

四、研究建議

（一）以宏觀視野建立規範，適度調整法令及管制

廣播與電視看似相同，但本質截然不同，歷來卻使用同一管理法令-廣電法，故專家學者及業者一致認為此法令不全然適用於廣播的特性與運作，因此建議應依媒體之特性，專門有一部適用於廣播的管理法規，以協助廣播產業發展。

在尊重市場機制的原則下，以宏觀視野建立規範，適度地調整法令及相關管制，讓業者有所遵循，輔導業者在規範內能夠發揮所長。

（二）協助廣播產業整併及發展，讓電臺業者能夠穩健經營

根據動腦雜誌於98年的調查顯示，廣播的廣告量在97年僅32億左右，佔整體媒體廣告量3.16%。尼爾森在101年的廣告量調查中顯示，廣播廣告量比去年成長率減少6%。此外，有近半數的中、小功率廣播電臺的收聽率掛零。而根據本研究的量化調查結果顯示，聽眾較常聽的廣播電臺中，收聽率高於5%的不到20家。

聽眾人數與廣告收益一直是電臺經營及收入重要因素，然而170家左右的電臺僅爭取不到4%的廣告量，導致許多電臺面臨經營困難的情形。因此建議相關單位能夠協助現有的廣播電臺進行整併，讓廣播業者能夠更穩健的經營。

（三）業者自律性規畫管理，提供完善的措施及保障機制

英國通訊管理局（Ofcom）於2011年提出有條件鬆綁置入性行銷，但嚴禁新聞、兒童、時事政論及宗教節目進行置入行為。而在詢問聽眾對於廣播節目置入商業訊息之看法，雖然多半聽眾傾向不贊成廣播節目內容充斥廣告訊息；然而，基於瞭解廣播電臺也需

要商業收益，才能有經費製作節目的認知下，接近半數聽眾也能接受在廠商贊助或付費的情形下，在廣播節目中介紹或推銷商品。

此外，對於常聽廣播的聽眾而言，僅有5%左右的聽眾會因收聽廣播而購買產品或服務，0.3%會與主持人互動，可見因為主持人／來賓介紹產品或服務而去購買的聽眾僅占少數。同時，業者也會考慮聽眾收聽廣播的品質，畢竟，沒有聽眾的電臺也無法經營下去。

因此，建議適度寬鬆法令政策，而業者也在不欺騙、不隱藏及不賣違法產品進行自律性管理，提供完善措施及保障機制，確保聽眾的權益。

（四）酒類廣告時段應於白天時間播放，並於結束前加入提醒標語

眾多民眾對於酒類廣告有著刻板印象，認為適合酒類廣告播出時段為晚間，可保護少年及兒童族群，然而晚上時間的聽眾族群卻以青少年為主。因此，業者認為若開放部分時段，傾向於白天時段播出，可避免提醒效果，也可保護青少年。此外，專家學者及業者都認為在廣告結束前，應強調政府所提倡的警語政策，如：喝酒不開車、開車不喝酒等。

（五）開放第11梯次廣播執照，應以全域性或公益性廣播電臺為主

聽眾在收聽廣播時，當遇到跨區域情形，還得重新找尋目前收聽電臺之頻率，因此在開放第11梯次廣播執照時，建議新增電臺以全域性的廣播電臺為優先。此外，現有的廣播電臺涵蓋了多元民族的語言及文化等，故建議可新增非商業性或公益性的電臺，增加多元化的節目特質。

有關本研究計畫更詳細報告全文已公布於本會首頁（<http://www.ncc.gov.tw/chinese/index.aspx>）／業務資訊／傳播內容／研究／委託研究／102年度委託研究案，有興趣的讀者可上網查閱。☞

（作者為內容事務處薦任視察）

鬆綁法規 簡化作業 促進資訊公開

修訂廣播電視法施行細則第30條 建置無線廣播電視節目表資料庫及查詢網頁

■ 黃財振

一、辦理緣起

按「公民與政治權利國際公約」第19條「合理保障表現自由」暨我國「公民與政治權利國際公約及經濟社會文化權利國際公約施行法」第4條規定，「各級政府機關行使其職權，應符合兩公約有關人權保障之規定，避免侵害人權，保護人民不受他人侵害，並應積極促進各項人權之實現。」

為落實兩公約規範，保障我國廣電媒體表現自由，國家通訊傳播委員會（以下簡稱本會）積極檢視相關法令與行政措施，其中「廣播電視法」第27條規定，節目表及節目異動均應事前送主管機關核備，而同法施行細則第30條復針對節目表及節目異動送請核備之程序與時間點予以規定，衡諸民國65年訂定「廣播電視法」第27條之立法意旨，當時立法者係欲透過事前核備，以達到節目種類均衡發展，俾符合當時廣電法第1條（現已修正）「闡揚國策、發揚中華文化、提供高尚娛樂、增進公共福利」之目的。惟此一作法易招致政府以公權力干預無線廣電業者節目編排之質疑，而有違反「公民與政治權利國際公約」第19條「合理保障表現自由」之虞。

本會在尊重媒體編輯自主權利之前提下，為讓廣播電視法執法符合時代潮流及兩公約精神，同時兼顧視聽眾權益，積極研議無線廣播電視節目時間表及節目變更不需事前送請核備之可行性，經提請本會102年1月3日第520次委員會議及102年7月10日第545次委員會議討論後，決議修正「廣播電視法施行細則」第30條條文，將節目表及節目異動事前送主管機關核備之程序作法，由原先「節目表事前核備」之管制精神，調整為「節目資訊提供」之資訊行政。

二、修正廣播電視法施行細則第30條

（一）修正內容

依據新修正之條文規定，「電臺節目時間表應於播送五日前，依主管機關所定之項目及格式，登載於指定之資料庫。為維護視聽眾權益，電臺變更節目時，除依前項規定登載於指定資料庫外，應事先插播預告；遇有天然災害、緊急事故或具時效性之重大事件等特殊原因須臨時變更節目時，亦應即予說明。」

而在新條文中同時刪除變更節目應在播送24小時前送請核備，以及有關遇有天然災害、緊急事故或具時效性之重大事件等特殊原因須臨時變更節目，事後送請主管機關備查之規定，以簡化業者作業程序。

（二）修法重點

上該條文業於102年12月23日以通傳內容字第10248048160號令發布修正，而本次修法重點有三：

1. 強調資訊提供：透過業者將節目表及節目異動情形填報於資料庫，有利於外界查閱，促進資訊公開。
2. 簡化作業程序：將原本節目表及節目異動須送請主管機關核備之程序，改由業者依指定格式填報於資料庫，其填報或變更視同核備，以達成鬆綁規定、簡化作業流程之目的。
3. 維護視聽眾收視權益：要求業者於填報節目表時，應一併說明節目異動預告視聽眾之作法；如欲節目異動，更應事先插播預告或即予說明。

三、建置無線廣播電視節目表資料庫及查詢網頁

配合「廣播電視法施行細則」第30條修正，本

廣播電視法施行細則第三十條修正條文對照表

修正條文	現行條文	說明
第三十條 電臺節目時間表應於播送五日前，依主管機關所定之項目及格式，登載於指定之資料庫。 為維護視聽眾權益，電臺變更節目時，除依前項規定登載於指定資料庫外，應事先插播預告；遇有天然災害、緊急事故或具時效性之重大事件等特殊原因須臨時變更節目時，亦應予以說明。	第三十條 電臺節目時間表應於播送五日前，送請本會核備。經核定後，非有左列情形之一者，不得變更： 一、於播送二十四小時前，將變更之節目時間送請核備。 二、遇有天然災害、緊急事故或具時效性之重大事件等特殊原因須臨時變更。電臺對於變更之節目，應插播預告或即予說明。 第一項第二款節目時間之變更，應於播出後四十八小時內，將變更之節目內容及原因，送請備查。	一、為尊重媒體編輯自主，齊一不同平臺之管理，並兼顧視聽眾權益，同時符合「公民與政治權利國際公約」暨我國「公民與政治權利國際公約及經濟社會文化權利國際公約施行法」之精神，將廣播電視法第二十七條原「節目表事前核備」之管制精神，調整為「節目資訊提供」之資訊行政，爰修正第一項之程序作法，要求業者應將電臺節目時間表，依指定格式事先填報於資料庫，其填報視同核備，以簡化行政作業流程。 二、刪除變更節目應在播送二十四小時前送請核備之規定，但為維護視聽眾權益，要求電臺節目變更，應以考量視聽眾之收視習慣為優先，除依第一項規定登載於指定資料庫外，非必要時不得任意為之，且應事先插播預告，爰酌修第二項規定。 三、刪除現行條文第三項有關遇有天然災害、緊急事故或具時效性之重大事件等特殊原因須臨時變更節目，事後送請主管機關備查之規定，以資簡化。

會同時委託廠商設計無線廣播電視節目表資料庫，並建置無線廣播電視節目表查詢網頁。鑒於節目表改採線上填報作業，與過去業者利用紙本進行申請作法大不相同，本會並於102年11月4日及8日分別在臺北及高雄，針對業者如何上網填報節目表，舉辦5場次教育訓練，以協助業者順利銜接新制，無縫接軌。

現行業者填報之節目表，係以週為填報單位，並於播送前5日上網登錄，而節目表應填報內容包含以下幾類項目：

- 1.基本資料：電臺頻率（電視部分不適用）、地區（電視部分不適用）、節目名稱、播出時間及主持人。
- 2.依據「廣電法」第16、17、18、19、26條之1、第31條及施行細則第28條規定，要求電臺須填報節目類型（新聞政令宣導、教育文化、公共服務及大眾娛樂）、播出語言（國語、臺語、客語、原住民語、英語及其他）、播出型態（本國自製節目及非本國製節目，其中本國自製節目又可分為自製、外製、委製、合製或轉播，非本國製節目須註明來源國）及節目級別（廣播因無節目分級規定，故免填報）。
- 3.考量本會辦理評鑑及換照工作需要，並瞭解產業動態，要求填報廣播聯播比例，首播、重播及新播比例以及電視節目製作規格（高畫質或標準畫質）等資料。
- 4.為保障視聽眾權益，填報節目表時須註明節目異動預告視聽眾之作法（例如：在電臺網站公布、以插播式字幕通知或事前在節目中預告等）。

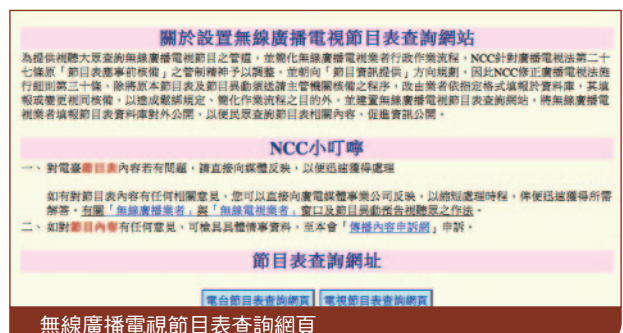
另節目異動時，業者亦需上網填報相關資料，包括異動前後之節目名稱、時間、語言、類型、型態及變更原因等。

本會期盼透過該資料庫及查詢網頁的建立，民眾可便利查詢無線廣播電視節目表相關資訊，業者能簡化縮短行政作業流程，監理機關亦可掌握產業製作能量，達到三贏目的。視聽大眾欲查詢瞭解無線廣播電視臺的節目表，均可至本會網址：<http://nccstat.ncc.gov.tw/ncc/stmain.jsp?sys=100&funid=prjsp>）查詢。☞

（作者為內容事務處薦任視察）



本會針對廣播業者辦理節目表填報操作之教育訓練



導入活水、互動雙贏

102年「廣播節目及廣告內容相關規範研討會」紀要

■ 吳劭薇

為提升無線廣播節目品質、宣導相關法令規定及輔導產業發展，國家通訊傳播委員會（以下簡稱本會）於102年5月至10月間，分別於新竹、臺中、臺南、高雄、花蓮及臺北等地區舉辦6場「廣播節目及廣告內容相關規範研討會」，希望透過法規宣導及政策說明，讓廣播業者充分理解並遵行相關法規，以免誤觸法令或一再違法。其次，亦期以中型、地區研討會的型態，增加各地廣播業者表達意見的機會，並藉此深入、即時地回應業者。第三，則是結合產、官、學各界力量，以專題講座及座談會等方式，協助廣播業者掌握並因應數位媒體新環境。

在減少廣播節目內容違規案件、促進政府與廣播業者雙向溝通，以及增強廣播產業競爭力的目標下，本研討會針對現行業者違規樣態、節目內容產製及數位匯流環境等面向，邀請政府相關單位及廣播領域學者專家與業者面對面溝通；課程內容包括本會、衛生或金融等政府相關單位法規宣導，以及數位環境下之廣播媒體經營，另亦聚焦社區文化營造、節目經營行銷、性別平等、兒少保護及自殺家暴防治等議題，協助業者探求節目品質提升之道。

首場研討會於5月23日在新竹舉行，而為表示對廣播產業的重視及向業者說明政策立場，本會虞副主任委員孝成特別蒞臨致詞，並與業者交換意見。另就課程設計而言，本次6場分區研討會亦特別針對區域特色及電臺特性規劃適地課程，主要分為「法規宣導」、「專題講座」及「實務座談」三個部分，其中本會主管法令部分，先後分別由內容事務處何前處長吉森及黃處長金益

主講，深入淺出地介紹本會廣播內容監理的現況，以及未來內容發展的方向；其他課程內容概述如下：

（一）5月23日新竹場

本場次邀請到內政部兒童局吳視察慧君及內政部家庭暴力及性侵害防治委員會林副執行秘書維言，分別針對「兒少閱聽權益與隱私權保護」及「家庭暴力、性侵害及性騷擾防治」兩個主題，向業者說明相關法規建制及媒體責任。專題講座部分邀請擅長數位廣播電視研究的交通大學傳播研究所李所長秀珠，介紹數位廣播電視的技術本質、歐規Eureka-147與美規IBOC的比較、數位廣播的競爭者，以及臺灣數位廣播現況。至於實務座談部分，則邀請到知名廣播節目主持人、IC之音竹科廣播電臺田副臺長麗雲，以其榮獲101年廣播金鐘獎「專業頻道獎／科技人文專業電臺」等多項大獎的經驗，向同業分享專業頻道的經營理念與作法。

（二）6月20日臺中場

本場次邀請到行政院性別平等處楊參議筱雲授課，介紹我國性別平等現況、「性別平等政策綱領—教育、文化與媒體篇」以及相關媒體報導。專題講座部分邀請世新大學廣播電視電影學系關教授尚仁講授「廣播市場必勝策略」，關教授以幽默生動的授課方式暢談「廣播電臺差異化定位」的理論與實務，會場笑聲不斷。至於實務座談部分，特別邀請中華民國廣播事業協會廖理事長婉池講授「廣播廣告操作」，廖理事長以從事廣播廣告事業34年的豐富、專業經驗，

從介紹廣播特性出發，大方分享各種廣播廣告的提案流程與創意案例。

（三）7月11日臺南場

本場次邀請到行政院衛生署食品藥物管理局吳副技師怡萱授課，介紹食品、藥品、化粧品廣告管理的相關法規及案例，並現場答覆業者的提問。專題講座部分邀請長榮大學土地管理與開發學系邵教授珮君講授「社區總體營造理念、推動與課題」，向最具社區發展潛力的廣播業者，介紹社造推動的理念機制及政策演進。至於實務座談部分，則邀請到亞洲廣播電臺郭總經理懿堅講授「區域電臺的經營與影響力」，就亞洲廣播網經營專業頻道、行銷創新及積極進行跨媒體合作的經驗，分享媒體整合行銷及廣播廣告操作。

（四）8月15日高雄場

本場次邀請到衛生福利部食品藥物管理署陳副審查員伯翊主講「認識藥物、化粧品、食品廣告及案例」，以豐富的資料詳細介紹相關法規及案例，並解答業者各式提問。專題講座部分邀請臺灣藍色東港溪保育協會吳總幹事儷嬋，以社區營造運動推手的觀點談論「東港溪的保育運用與社區參與」，讓廣播業者感受從環境保育到社區實踐的心路歷程。至於實務座談部分，則邀請到佳音廣播電臺呂臺長思瑜講授「從經營心靈服務談廣播電臺的生存」，分享民營公益電臺如何在商業現實的挑戰下，找到優勢並構思策略，而持續堅持理念、突破困境，製作出屢獲金鐘獎肯定的優質節目。

（五）9月12日花蓮場

本場次再度邀請衛生福利部食品藥物管理署陳副

審查員伯翊主講「認識藥物、化粧品、食品廣告及案例」。專題講座部分邀請佛光大學傳播學系蔣主任安國談論「從廣播廣告與整合行銷看東部廣播電臺經營的提昇」，深入分析東部廣播電臺的經營現況及競爭策略。至於實務座談部分，則邀請到後山廣播電臺董董事長椿霞談「媒體業的門外漢賦予廣播天空的新生命」，分享由食品業跨足廣播業的想法及媒體經營的理念。

（六）10月7日臺北場

本場次邀請金融監督管理委員會證券期貨局耿專門委員一馨講授「金管會相關法令對財經節目製播之規範」，介紹投信投顧及證券相關法規及財經節目製播原則。專題講座部分特別邀請世新大學廣播電視電影學系洪教授瓊娟談論「廣播的變與不變」，以豐厚的管制者實務經驗，深入分析廣播產業的變化趨勢、影響及因應策略。至於實務座談部分，則邀請到好事聯播網孫副董事長國祥介紹「廣播電臺行銷三部曲」，分享其個人及好事聯播網如何化危機為轉機，透過靈活的行銷策略打造成功的品牌。

本研討會總計邀請170家廣播電臺及公（協）會代表，共334人次與會，出席業者多肯定本會分區辦理研討會的作法，並頻與授課講座交流互動，亦針對本會政策法規提出諸多意見。對於各場次業者的提問及意見，本會除於現場即時回應說明，並將相關資料紀錄建檔，作為後續政策規劃及業務執行的參考。另外，有鑑於與會業者普遍反映良好，本會未來將持續辦理，積極建立與業者面對面溝通的交流平臺。☺

（作者為內容事務處科員）



圖1 廣播業者出席臺南場研討會。



圖2 衛福部於臺南場宣導相關法規。



圖3 黃處長金益於花蓮場與業者交換意見。



圖4 黃處長金益於花蓮場介紹本會廣播內容監理的現況以及未來內容發展的方向。



圖5 何前處長吉森於新竹場介紹本會廣播內容監理的現況以及未來內容發展的方向。



圖6 虞副主任委員孝成蒞臨新竹場致詞。



圖7 虞副主任委員於新竹場與業者交換意見。



圖8 虞副主任委員於新竹場與業者交換意見。



性別平權新視界、妳我同心向前行

我國通訊傳播事業人力概況分析

■ 林秀芬

隨著資通訊科技的快速發展，在整體產業的結構變遷中，服務業的成長帶來女性勞動參與率的大幅提升，女性在經濟活動和企業經營裡的影響力日趨重要。因此，納入不同性別觀點與意識，並對不同性別者之影響進行評估，成為一個重要課題。為建構兩性平等工作環境，勞委會積極推動「性別工作平等法」之落實，鼓勵企業重視兩性工作平權之工作環境，將有助於兩性在工作職場充分發展。茲就兩性在通訊傳播產業就業情形作一分析，以進一步瞭解兩性在通傳產業職場上的發展。

為分析性別與通訊傳播服務業之關係，強化性別統計業務，國家通訊傳播委員會（以下簡稱本會）建立性別統計指標項目，蒐集通傳產業員工相關資料，透過性別統計資料之呈現，使本會各單位於制定及執行相關方案及政策時，能周全考量不同性別之影響。本會於民國102年10月對年度營收達新臺幣6億元以上通傳業者進行通訊傳播產業人力概況調查，統計資料以102年6月底資料為準，統計員工人數共53,003人，男性33,173人，女性19,830人。

本報告利用業者所提供的問卷資料，配合主計處定期發布之人力資源調查相關數據，使用及蒐集按性別分類之統計資料，調查結果摘要分析如次：

一、女性員工比例呈逐年上升趨勢

（一）參考臺灣歷年就業者之男女比例可發現女性就業

者所占比例逐年向上提升，女性由87年39.6%上升至102年6月44.2%；男性占就業市場比例則相對下降，男性由87年60.4%下降至102年6月55.8%。以主計處102年6月所做的調查，男性就業者占55.8%，女性就業者占44.2%，男性所占比例仍高於女性11.6個百分點，但與87年男性與女性相差20.8個百分點相比，兩性就業落差明顯縮小，顯示隨教育普及暨女性自主意識抬頭，女性在就業市場之地位日趨重要。

（二）通傳產業女性員工所占比例（表1）呈現增加趨勢，由99年至102年上升了1.3個百分點。然電信業進用女性員工比例為35.6%（表2），低於所有產業女性的平均值44.2%甚多，而傳播業的女性就業比例為42.8%（表3），則與所有產業女性所占比例較為相近，且比去年微幅上升0.5%，可見女性在電信業的就業率有提升空間。

二、員工以35～44歲年齡層占多數

（一）按員工年齡結構觀察（表1），就102年資料，15～24歲之青少年年齡層僅占2.5%，25～34歲及45～54歲年齡層各占24.4%及22.3%以上，35～44歲占30.4%，為通傳產業員工年齡層主幹，居各年齡層之冠，而年齡高於55歲者，所占比例亦達20.4%，觀察近4年來，員工工作年齡有增長現象（99年55歲比例僅13.3%）。

表1 通傳事業員工年齡結構

單位：%

項目別	102年			101年			100年			99年		
	總計	男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計	男	女
15~24歲	2.5	0.9	1.7	2.1	0.5	1.6	2.0	0.5	1.6	1.4	0.4	1.1
25~34歲	24.4	11.8	12.7	23.9	11.1	12.8	26.0	12.2	13.8	27.1	13.3	13.9
35~44歲	30.4	18.6	11.8	29.6	18.1	11.5	29.9	18.8	11.1	30.1	19.0	11.0
45~54歲	22.3	14.8	7.5	24.4	16.8	7.6	25.7	18.3	7.4	28.0	20.6	7.5
55~64歲	20.3	16.6	3.7	20.0	16.1	3.8	16.4	13.1	3.3	13.3	10.6	2.7
65歲以上	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
總計	100.0	62.6	37.4	100.0	62.7	37.3	100.0	62.9	37.1	100.0	63.8	36.1

備註1：因四捨五入之計算方式，可能造成各別數值加總值與合（總）計值略有差異。

備註2：男、女性別在各年齡層所佔比例計算方式為：
$$\frac{\text{該年齡層之通傳業男性（女性）員工數}}{\text{通傳業員工總數}}$$

表2 通傳事業-電信業員工年齡結構

單位：%

項目別	102年			101年			100年			99年		
	總計	男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計	男	女
15~24歲	2.2	0.8	1.4	1.5	0.4	1.2	1.5	0.4	1.1	0.6	0.2	0.4
25~34歲	22.3	11.1	11.2	22.8	10.8	12.0	24.6	11.7	12.9	24.3	12.3	12.0
35~44歲	26.4	16.2	10.2	26.7	16.3	10.4	25.9	16.1	9.8	25.7	16.2	9.5
45~54歲	23.6	15.5	8.1	25.7	17.6	8.1	28.2	20.1	8.1	32.7	24.1	8.6
55~64歲	25.5	20.8	4.6	23.2	18.8	4.4	19.8	15.9	3.9	16.6	13.2	3.4
65歲以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
總計	100.0	64.4	35.6	100.0	63.9	36.1	100.0	64.2	35.8	100.0	66.0	34.0

備註1：因四捨五入之計算方式，可能造成各別數值加總值與合（總）計值略有差異。

備註2：男、女性別在各年齡層所佔比例計算方式為：
$$\frac{\text{該年齡層之電信業男性（女性）員工數}}{\text{電信業員工總數}}$$

表3 通傳事業-傳播業員工年齡結構

單位：%

項目別	102年			101年			100年			99年		
	總計	男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計	男	女
15~24歲	3.5	1.1	2.4	4.3	1.1	3.3	4.3	1.0	3.0	3.9	0.9	3.0
25~34歲	30.8	13.7	17.1	28.7	12.6	16.1	30.9	13.8	17.1	35.6	16.2	19.5
35~44歲	42.0	25.6	16.4	41.8	25.8	16.0	43.6	28.3	15.4	43.2	27.7	15.5
45~54歲	18.4	12.7	5.7	19.2	13.6	5.6	16.7	11.8	5.0	13.9	10.0	4.0
55~64歲	5.0	3.9	1.1	5.8	4.6	1.2	4.5	3.5	1.0	3.3	2.5	0.8
65歲以上	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0
總計	100.0	57.2	42.8	100.0	57.7	42.3	100.0	58.5	41.5	100.0	57.3	42.7

備註1：因四捨五入之計算方式，可能造成各別數值加總值與合（總）計值略有差異。

備註2：男、女性別在各年齡層所佔比例計算方式為：
$$\frac{\text{該年齡層之傳播業男性（女性）員工數}}{\text{傳播業員工總數}}$$

(二) 就女性員工年齡結構觀察，與整體員工分布比較，呈現不同的樣貌，女性員工年齡層比例最高者為25～34歲，占通傳產業員工比例12.7%，但隨著年齡層增加，女性員工所占比例逐漸減少。傳播業的女性員工年齡層主要亦為25～34歲占17.1%，次為35～44歲占16.4%，但到了45～54歲則迅速降為5.7%，比例明顯減少了10.7%。電信業女性員工年齡層也是25～34歲所占比例最多達11.2%，次為35～44歲占10.2%，和傳播業分布相當。但電信業女性員工45～54歲占8.1%，與傳播業同年齡層的5.7%相較，中高年齡女性顯然較不易在傳播業職場得到工作機會。對照男性員工55～64歲的就業狀況亦有類似情形，電信業所占比例為20.8%，而傳播業僅有3.9%，落差相當大，顯示傳播業職場人力仍以青壯年員工為主，其提供給中高年齡者的就業機會顯然較少。

三、大專以上教育程度之就業者比例最高

(一) 觀察通傳事業員工教育程度結構（圖1），102年「高中（職）及以下」學歷者所占比例為20.5%，「大專、學院及大學」為員工教育程度的主幹，所占比例高達64.1%，研究所及以上學歷者占15.3%。

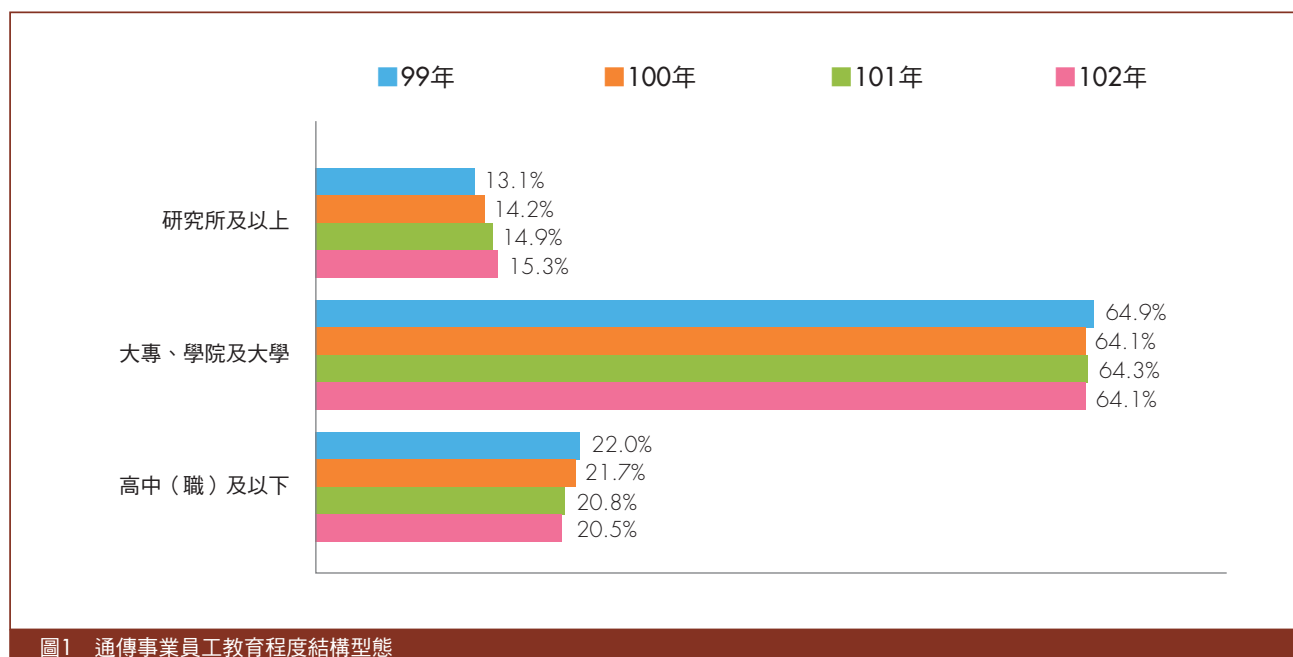
(二) 整體而言，通傳事業員工「大專以上」學歷者高達79.4%，比國內全體大專及以上就業者（102年6月占46.2%）高出33.2%，依本項數據研判，通傳事業對員工教育程度的進用標準高於臺灣整體就業教育程度頗多，以大專及以上程度者為就業主力。

四、通傳產業以專業人員所占比例最高

(一) 由通傳事業員工職業結構觀察（表4），102年以「專業人員」比例較高，達32.6%。而「技術員及助理專業人員」次高，占21.3%，再其次為「事務支援人員」占14.7%，最少為「服務及銷售人員」及「技藝工作、機械設備操作及勞力工」各占11.5%。

(二) 進一步觀察通傳事業員工職業結構（表4），綜整看來，除100年「技術員及助理專業人員」比例最高外，自101年至102年均以「專業人員」所占比例最高，逾32.6%以上。

(三) 男性及女性員工從事之職業稍有差異，女性以「事務支援人員」占27.9%比例最高，男性以「專業人員」占35.8%比例最高，男性次高比例為「技術員及助理專業人員」，而女性次高比例為「專業人員」。男性「企業主管及經理人員」



占10.1%，高於女性的5.5%，兩相比較，女性擔任企業主管及經理人員的比例低於男性約五個百分比。

五、女性員工平均薪資為男性的81.5%

- (一) 觀察通傳事業員工薪資，整體而言，102年度女性員工平均薪資為男性的81.5%，其中，按教育程度分自高中（職）至研究所以上之女性員工每人平均薪資占男性薪資比率依序為84.7%、80.3%、89%，女性薪資約為男性薪資的八成。
- (二) 雖然女性薪資已向上提升，但根據勞委會99-101年「職類別薪資調查」，女性初任人員平均每人月經常性薪資占男性之98.02%（表5），兩者差距為1.98個百分點，也就是說，男女薪資並無太大之差異，與通傳產業女性員工薪資平均為男性的81.5%比較，顯然經過歲月推移，加入年資、升遷等因素之後，通傳產業兩性員工薪資差距拉大，顯示通傳事業女性員工每月平均薪資仍有改善空間。

六、兩性員工每日平均工作時數相近

- (一) 102年通傳事業員工每人每日平均工作7.88小時（表6），較100年（8.09小時）與101年（8.07小時）低，其中電信業為7.77小時，較傳播業8.19小時少0.42小時，且電信業與傳播業工作時數差距有拉大之傾向（100年0.06小時，101年0.28小時，102年0.42小時）。電信或傳播業之員工如有加班多以補休方式調配，所以工作時數以正常工時（每日工作8小時）為計算標準。
- (二) 102年通傳事業男性員工平均每日工作時數為7.9小時（表6），和女性平均工作7.83小時相近，而傳播業之男性平均工作時數8.3小時略高於女性之8.05小時。

七、女性員工平均工作年資較男性低2~5年

- (一) 通傳事業員工平均工作年資為15.5年，其中女性就業者平均工作年資12.8年，較男性的17.1年為低（表7）。

- (二) 通傳兩事業分開來看有很大的差異，電信業之平均工作年資為17.9年，但傳播業僅為8.5年，二者相差9.4年。工作年資近年變化不大，而女性工作年資普遍較男性低2~5年。

八、結論

綜合分析近4年調查結果發現，女性在整體通訊傳播產業就業狀況確有提升，顯示各界及本會對於推廣性平觀念及改善性平環境有一定之效果。如以兩性員工就業狀況，觀察99年至102年通傳事業女性員工所占比例，整體而言逐年上升，女性所占比例由99年36%上升至102年37%。另以就業年齡分析女性在35至55歲在通傳事業所占比例逐步提升，研判女性就業年齡已有提高，顯示女性在通訊傳播產業占有一定重要地位。另就工作時數及年資等觀察，近年來通傳事業每日平均工時男性仍普遍略多於女性（如102年差0.07），而女性工作年資普遍較男性低2~5年，顯示兩性整體工時及年資仍有差異，值得持續觀察與改善。

綜整觀之，性別平權所帶來的正面效益，並非短時間可見，惟企業經營多關注於短時間成效為何，故建議日後性別平權之推動，以業者角度來思考，觀察業者實際在意的面向，例如可聚焦於「性別平權能為公司帶動未來效益為何」及「性別平權下男女性社會角色調整效益」，男性更多時間陪伴家人，女性由職業中找到更多自信、男女性均享有一個經濟獨立安定的生活等，藉由以上種種暖性正面效益，進而促進公司更和諧與績效提升等，則在業者推動性別平權上應更具說服力，並有助益於本會持續推廣相關觀念。☺

（作者為綜合規劃處專員）

表4 通傳事業員工職業結構

單位：%

職業結構	總計			男性			女性		
年度	100	101	102	100	101	102	100	101	102
企業主管及經理人員	8.2	8.8	8.4	9.6	10.5	10.1	5.8	5.8	5.5
專業人員	28.0	32.9	32.6	30.7	39.2	35.8	23.6	22.2	27.4
技術員及助理專業人員	30.2	22.8	21.3	37.4	25.0	23.8	18.0	19.1	17.0
事務支援人員	17.8	15.7	14.7	8.5	7.3	6.8	33.5	29.7	27.9
服務及銷售人員	15.6	11.5	11.5	13.5	5.5	6.1	19.1	21.8	20.5
農林漁牧工作人員	-	-	-	-	-	-	-	-	-
技藝工作、機械設備操作及勞力工	0.3	8.4	11.5	0.4	12.5	17.4	0.0	1.4	1.7
總計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

備註1：因四捨五入之計算方式，可能造成各別數值加總值與合（總）計值略有差異。

備註2：男、女性別在各職業所占比計算方式為：

$$\frac{\text{該職業之通傳業男性（女性）員工數}}{\text{通傳業男性（女性）員工總數}}$$

表5 服務業初任人員女性每人月經常性薪資占男性比率（99-101年平均每月）

單位：%

年度	平均	專業人員	技術員及助理專業人員	事務支援人員	服務及銷售工作人員	技藝、機械設備操作及組裝人員	基層技術工及勞力工
99年	97.31	99.07	98.81	96.51	97.84	99.43	96.68
100年	96.63	98.33	98.92	95.90	97.61	97.83	96.55
101年	98.02	99.27	99.07	97.74	98.23	98.82	98.16

表6 通傳事業員工每人日平均工作時數

單位：時

項目	計			男性			女性		
年度	100	101	102	100	101	102	100	101	102
通傳產業	8.09	8.07	7.88	8.15	8.08	7.90	7.99	8.07	7.83
-電信業	8.08	8.02	7.77	8.12	8.02	7.79	7.99	8.02	7.74
-傳播業	8.14	8.30	8.19	8.26	8.35	8.30	7.96	8.23	8.05

表7 通傳事業員工之工作年資

單位：年

項目	計			男性			女性		
年度	100	101	102	100	101	102	100	101	102
通傳產業	15.1	15.9	15.5	16.8	17.7	17.1	12.3	12.8	12.8
-電信業	17.2	17.6	17.9	18.9	19.5	19.5	14.2	14.4	14.9
-傳播業	8.0	8.4	8.5	8.9	9.4	9.2	6.7	7.0	7.4

委員會重要決議

103.4.1-103.4.30

日期	事項
103年4月2日	照案通過依本會委員會議審議事項及授權內部單位辦理事項作業要點第5點、第7點所列案件清單計478件及第4點、第6點所列業經本會第429次分組委員會議決議案件計31件。
	審議通過本會104年度單位預算及通訊傳播監督管理基金預算案。
	審議通過電視節目冠名贊助之範圍，得包含商品名稱、商標圖像及相關附屬圖案，並將配合修正本會節目與廣告區分認定原則及電視節目贊助暫行規範。
	核定遠傳電信股份有限公司所報新增第三代行動通信業務「無線飆網770」資費方案。
	審議通過： 一、系統經營者對於數位頻道之異動，如僅增加頻道或變更頻道位置，且該變更不致影響頻道區塊化及訂戶循電子表單自行收視其慣用頻道之選擇權時，得不列入有線廣播電視法第22條第2項第5款「頻道之規劃及其類型」，無須依同法第26條第1項規定辦理營運計畫變更。 二、對於前項頻道變更，系統經營者仍須依規定程序公告，俾令訂戶知悉，並應陳報本會備查暨副知地方政府；若其涉及訂戶原有消費權益之變更，仍應循「定型化契約應記載事項及不得記載事項」規定辦理。
103年4月9日	照案通過依本會委員會議審議事項及授權內部單位辦理事項作業要點第5點、第7點所列案件清單計383件及第4點、第6點所列業經本會第430次分組委員會議決議案件計27件。
	審議通過有線電視彈性資費管理規劃方案意見徵詢。
	核定中華電信股份有限公司所陳報103年度固定通信業務批發價X值資費調整案。
	核定中華電信股份有限公司所陳報國內數據電路新增速率及資費調整案。
103年4月16日	照案通過依本會委員會議審議事項及授權內部單位辦理事項作業要點第5點、第7點所列案件清單計379件及第4點、第6點所列業經本會第431次分組委員會議決議案件計25件。
	准予核配台灣固網股份有限公司第七號信號系統國際信號點碼2個（即4-173-1、4-173-2）。
	准予核配威寶電信股份有限公司行動通信網路業務用戶號碼5個單位（即50萬門，0971-60-0000 ~ 0971-89-9999及0984-60-0000 ~ 0984-79-9999）。
	審議通過本會102年度施政計畫評核結果，並依規定於行政院政府計畫管理資訊網（GPMnet）辦理評核結果公告等後續事宜。
	審議通過： 一、中天新聞台於103年4月4日播出之「新聞龍捲風」，其內容違反不得有妨害公共秩序或善良風俗情形之規定，依衛星廣播電視法及其相關規定核處罰鍰，並應立即改正。

日 期	事 項
103年4月16日	二、針對近日相關新聞報導及談話性節目就同類公共政策議題呈現方式，似未落實「消除對婦女一切形式歧視公約施行法」及性別政策綱領所揭示性別平等意旨，內容事務處須通知頻道業者自行檢視相關節目內容，並邀請性別平等領域專家與業者進行深度座談，引導業者將性別平等價值內化為節目製播及內控機制之一環。 三、神農廣播電臺於103年2月12日播出之「健康加油站」，其內容違反不得有傷害兒童身心健康情形之規定，依廣播電視法及其相關規定核處罰鍰。
103年4月23日	照案通過依本會委員會議審議事項及授權內部單位辦理事項作業要點第5點、第7點所列案件清單計353件及第4點、第6點所列業經本會第432次分組委員會議決議案件計71件。
	一、許可新高雄有線電視股份有限公司籌備處籌設高雄市有線廣播電視系統。 二、該籌備處應依以下承諾事項辦理，其承諾將視為營運計畫之一部分： (一) 承諾依本會補充公告規劃分組付費；另對本會規劃於106年實施全數位化之分組付費新收費標準，將全力支持，並配合辦理。 (二) 對於已接取數位化有線電視之收視戶，應依其要求提供100Mbps以上之寬頻上網服務。 (三) 每戶得免押金借用2臺數位機上盒。
	審議通過內政部警政署警察廣播電臺臺東分臺申請屆期換發廣播執照。
	一、許可信吉傳播股份有限公司所屬「信吉電視台」頻道換發衛星廣播電視節目供應者執照，請通知該公司依審查委員會建議進行改善，相關執行情形將納為未來評鑑及換照之審查項目。 二、許可愛爾達科技股份有限公司經營衛星廣播電視節目供應者「ELTA育樂台」頻道、杰德創意影音管理股份有限公司經營境外衛星廣播電視節目供應者「Lifetime」頻道，請通知該等公司其補正資料應視為營運計畫之一部分，相關執行情形將納為未來評鑑及換照之審查項目。 三、否准正德文教傳播基金會申請經營「正德電視台」，因其營運計畫及補正資料過於簡略及有錯誤，對於頻道經營專業及相關法規認知顯有不足，且經營策略與定位不明確。
	審議通過訂定「行動通信網路業務毫微微細胞接取點審驗技術規範」草案並辦理後續預告事宜。
	核定台灣大哥大股份有限公司所報新增第三代行動通信業務「fun心預付卡399型」資費方案。
	審議通過「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告事項之部分內容修正並辦理後續相關事宜。
103年4月30日	照案通過依本會委員會議審議事項及授權內部單位辦理事項作業要點第5點、第7點所列案件清單計294件及第4點、第6點所列業經本會第433次分組委員會議決議案件計34件。
	核發中華電信、遠傳電信及台灣大哥大等3家股份有限公司行動寬頻業務特許執照，其效期皆自核發日至119年12月31日止。
	核定中華電信股份有限公司所陳報ADSL與光世代電路上網服務新增速率及調整資費案。



內
付
資
已
郵
國

板橋郵局許可證
板橋第01489號
中華郵政台北雜誌
第1102號

無法投遞請退回



國家通訊傳播委員會
NATIONAL COMMUNICATIONS COMMISSION

地址：10052臺北市仁愛路一段50號

電話：886-2-33437377

網址：<http://www.ncc.gov.tw>

為地球盡一份心力，本書採用環保紙印製。

ISSN：1994-9766



GPN：2009600628
定價：新臺幣 100 元